

PENGARYAAN

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PEMANFAATAN BARANG
BEKAS DI KOTA BANDUNG**

Diajukan untuk memenuhi syarat akhir dalam menempuh gelar Sarjana Desain
di Bidang Desain Komunikasi Visual



Disusun Oleh :

SELVIA BALQIS

156010005

FAKULTAS ILMU SENI DAN SASTRA

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

UNIVERSITAS PASUNDAN

BANDUNG

Februari 2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis limpahkan kehadiran Allah SWT, karena atas pertolongan- Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan penulisan ini. Tak lupa sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat, semoga selalu dapat menuntun penulis pada kesempatan lain. Laporan penulisan ini berjudul

“PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PEMANFAATAN BARANG BEKAS DI KOTA BANDUNG”

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, tentunya penulis banyak mengalami kesulitan, terutama disebabkan oleh kurangnya ilmu pengetahuan yang menunjang. Namun, berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karena itu, sudah sepantasnya jika penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis berharap semoga penulisan ini bermanfaat bagi semua pihak dan bila terdapat kekurangan dalam pembuatan penulisan ini penulis mohon maaf, karena penulis menyadari penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan.

Bandung, Februari 2020

Penulis

Selvia Balqis

UCAPAN TERIMA KASIH DAN LEMBAR PERSEMBAHAN

Untuk menyelesaikan penulisan ini adalah suatu hal yang mustahil apabila penulis tidak mendapatkan bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Mamah Mahsunah, Bapak dan Ayah tercinta, yang telah berjuang penuh memberikan dukungan moral dan materi, memberikan doa dan motivasi untuk keberhasilan penulis.
2. Bapak Tata Kartasudjana,. M.Ds, dan Bapak Boy Irwan,. S.Sn, selaku pembimbing yang telah mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir, memberikan ilmu dan juga motivasi kepada penulis.
3. Ibu Enie Mu'alifah, yang sudah meluangkan waktunya dan telah bersedia memberikan informasi data untuk kebutuhan Tugas Akhir.
4. Muh. Andhika DPS, S.Ds, sebagai sahabat tercinta yang telah membantu, menemani, dan memberikan support untuk penulis selama melakukan penelitian Tugas Akhir ini.
5. Kepada Carina Putri, S.Ds., yang telah memberikan masukan kepada penulis, dan bersedia untuk meminjamkan laptop, serta membantu penulis. Dan kerabat-kerabat terdekat dan teman seperjuangan yang telah membantu dan selalu menjadi penghibur dalam menyelesaikan tugas akhir ini hingga terselesaikannya penulisan ini.

Akhir kata penulis berharap agar tugas akhir ini dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan yang berguna bagi pembaca, meskipun jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun penulis harapkan agar kemudian dapat berguna bagi kita semua.

Bandung, Februari 2020

Penulis

Selvia Balqis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pasundan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Selvia Balqis
NPM : 156010005
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Universitas Pasundan
Fakultas : Ilmu Seni dan Sastra
Jenis Karya : Kampanye Sosial

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pasundan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Perancangan Kampanye Sosial Pemanfaatan Barang Bekas Di Kota
Bandung**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Pasundan berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Bandung
Pada tanggal, Februari 2020
Yang menyatakan

(Selvia Balqis)

ABSTRAK

Perancangan Kampanye Sosial Pemanfaatan Barang Bekas Di Kota Bandung

Oleh:

Selvia Balqis

156010005

Tugas Akhir Jurusan Desain Komunikasi Visual

Fakultas Ilmu Seni dan Sastra Universitas Pasundan Bandung.

Kota Bandung mempunyai masalah lingkungan yang terbilang cukup banyak, salah satunya ditimbulkan dari masalah sampah. Jika dibiarkan, sampah itu akan menumpuk dan menimbulkan banyak akibat dari masalah lingkungan. Barang-barang yang akan dibuang begitu saja akan terlihat tidak bernilai, lalu itu menumpuk dan mengakibatkan banyak masalah lingkungan. Salah satu solusi untuk mengurangi masalah sampah lingkungan adalah dengan memanfaatkan barang-barang bekas. Barang bekas merupakan barang yang sudah tidak terpakai atau tidak dibutuhkan lagi oleh pemiliknya, namun belum tentu barang itu tidak bisa digunakan lagi. Pemanfaatan dan pengelolaan barang bekas adalah pola pikir masyarakat maju dan modern, karena sebuah peradaban yang maju adalah peradaban yang memiliki kesadaran akan kesederhanaan, penghematan, keefektifan, kemudahan demi kelangsungan hidup yang berkelanjutan. Tujuan dari penelitian untuk mengajak ibu rumah tangga untuk memanfaatkan barang-barang bekas yang belum menjadi sampah dan bisa didaur ulang. Berdasarkan penelitian, penulis menarik kesimpulan bahwa solusi dari permasalahan ini adalah membuat event workshop dengan isi pesan utama “Daur Ulang Dengan Kreasi” dengan target utama yaitu ibu rumah tangga. Dalam penelitian permasalahan kurangnya kesadaran akan pemanfaatan barang bekas, dari penggunaan barang sekali pakai, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan instrumen penelitian observasi, wawancara, serta studi literatur dan metode komunikasi AISAS untuk mencari sebuah solusi perancangan kampanye sosial pemanfaatan barang bekas di Kota Bandung. Perancangan kampanye sosial ini bisa dijadikan sebagai referensi untuk masa yang akan datang.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, Media, Pemanfaatan, Barang Bekas.

ABSTRACT

Designing Of Social Campaign's About Utilization Used Goods In City Of Bandung

Of :

Selvia Balqis

156010005

Final Project Of Visual Communication Design

Faculty of Arts and Literature Pasundan University Bandung

Bandung has quite a number of environmental problems, one of them is caused by the waste . If the waste is ignored , the waste will be pile up and cause many consequences of environmental problems. The stuff that will be thrown away, it looks worthless, then they accumulate and cause many environmental problems. One solution to reduce the problem of environmental waste is utilizing or using the waste. Secondhands are the stuff is something that is not used and is not needed by the owner. Nevertheless the stuff can still be used. Utilization and management of used stuff is the mindset of advanced and modern society, because an advanced civilization that has an awareness of simplicity, savings, effectiveness, ease for sustainable survival. The purpose of this research is to invite housewives to utilize used goods that have not become garbage and can be recycled. Based on the research, the authors draw the conclusion that the solution to this problem is to make a workshop with the main message "Recycling With Creation" with the main target of being a housewife. In the study of the problem of lack of awareness of the use of used goods, from the use of disposable goods, the author uses qualitative research methods with observation research instruments, interviews, as well as literature studies and AISAS communication methods to find a solution to the design of a social campaign on the use of used goods in Bandung. This social campaign design can be used as a reference for the future.

Keywords: Social Campaign, Media, Utilization, Used Goods.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Maksud dan Tujuan	4
1.5.1 Maksud Penelitian	4
1.5.2 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Metodologi	5
1.7.1 Metoda Penelitian	5
1.7.2 Metoda Perancangan	6
1.8 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Perancangan	8
2.2 Kampanye Sosial	8
2.2.1 Fungsi Kampanye	11
2.3 Model Komunikasi	12
2.3.1 Model Komunikasi AISAS	12
2.3.2 Sosialisasi	12
2.5 Media Visual Kampanye	13

2.5.1 Media Visual	13
2.5.2 Warna	14
2.5.3 Tipografi	14
2.5.4 <i>Layout</i>	15
2.5.5 Poster	16
BAB III DATA DAN ANALISIS	17
3.1 Data Permasalahan	17
3.1.1 Studi Literasi	17
3.1.1.1 Barang Bekas	18
3.1.1.2 Jenis Barang Bekas Yang Bisa Didaur Ulang	19
3.1.1.3 Manfaat Daur Ulang Barang Bekas	22
3.1.1.4 Cara Daur Ulang Plastik Dan Kertas Bekas	23
3.1.1.5 Sampah di Kota Bandung	26
3.1.2 Observasi	26
3.1.2.1 Rastik Sekar Jagad	26
3.1.2.2 <i>Recycle Experience</i>	28
3.1.2.3 <i>Manjahlega Crafters Community</i>	29
3.1.3 Wawancara	30
3.1.4 Fenomena	34
3.1.5 Isu	34
3.1.6 Opini	34
3.2 Analisis	35
3.2.1 Analisis SWOT	35
3.2.2 Analisis 5W+1H	36
3.2.3 Analisis <i>Target Audience</i>	37
3.2.4 Insight	40
3.3 <i>What To Say</i>	41
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	42
4.1 Konsep Komunikasi	42
4.2 Konsep Kreatif	42
4.2.1 Strategi Visual	44

4.2.2 Strategi Verbal	46
4.3 Konsep Media	47
4.4 Jadwal Media	51
4.5 Visualisasi	52
4.5.1 Poster	52
4.5.2 Akun Instagram	53
4.5.3 Instagram <i>Stories</i> 1	54
4.5.4 <i>Merchandise</i>	54
4.5.5 Poster Acara	55
4.5.6 Instagram <i>Post</i> Iklan Acara	56
4.5.7 Instagram <i>Stories</i> Iklan Acara	56
4.5.8 X <i>Banner</i> Acara	57
4.5.9 <i>Billboard</i> Acara	58
4.4.10 <i>Backdrop</i>	59
4.4.11 <i>Photobooth</i>	60
4.4.12 Gerakan Digital Media Sosial <i>#RecycleWithCreation</i>	60
4.4.13 Logo Lembaga Terkait & Partner	61
4.6 Estimasi Biaya Media	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Penelitian Tugas Akhir	6
Gambar 3.1 Studi Indikator / <i>Consumer Journey Audience</i>	38
Gambar 3.2 Referensi Visual	39
Gambar 3.3 Referensi Media	39
Gambar 3.2 Bagan Preferensi Visual / <i>Moodboard</i>	40
Gambar 4.1 Logo <i>Event</i>	43
Gambar 4.2 Logo Komunitas	44
Gambar 4.3 Studi Visual Gestur	45
Gambar 4.4 Studi Visual Barang	45
Gambar 4.5 Identifikasi <i>Master Design</i>	46
Gambar 4.6 Poster 1 & 2	52
Gambar 4.7 Akun Instagram	53
Gambar 4.8 Instagram <i>Stories</i>	54
Gambar 4.9 <i>Merchandise (Totebag & Tumblr)</i>	54
Gambar 4.10 Poster Acara	55
Gambar 4.11 Instagram <i>Post</i> Iklan Acara	56
Gambar 4.12 Instagram <i>Stories</i> Iklan Acara	56
Gambar 4.13 <i>X Banner</i>	57
Gambar 4.14 <i>Billboard</i>	58
Gambar 4.15 <i>Backdrop</i>	59
Gambar 4.16 <i>Backdrop Dummy Skala 1:30</i>	59
Gambar 4.17 <i>Photobooth</i>	60
Gambar 4.18 Logo <i>Partner</i>	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jadwal Media	51
Tabel 4.2 Estimasi Biaya	61